



## SOSYAL MEDYA VE GERÇEK YAŞAMDA OTOBİYOGRAFİK BELLEK: FENOMENOLOJİK ÖZELLİKLER VE ALGILANAN İŞLEVLER

AUTOBIOGRAPHICAL MEMORY IN SOCIAL MEDIA AND REAL  
LIFE: PHENOMENOLOGICAL CHARACTERISTICS AND  
PERCEIVED FUNCTIONS

**Aylin ÖZDEŞ**



Dr. Öğr. Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Psikoloji  
Bölümü, Deneysel Psikoloji Anabilim Dalı, aozdes@nku.edu

### Makale Bilgisi

Türü: Araştırma makalesi  
Gönderildiği tarih: 25 Temmuz 2022  
Kabul edildiği tarih: 22 Kasım 2022  
Yayınlanma tarihi: 20 Aralık 2022

### Article Info

Type: Research article  
Date submitted: 25 July 2022  
Date accepted: 22 November 2022  
Date published: 20 December 2022

### Anahtar Sözcükler

Otobiyografik Bellek; Sosyal Medya;  
Bellek İşlevleri; Bellek Nitelikleri

### Keywords

Autobiographical Memory; Social  
Media; Perceived Functions;  
Phenomenological Characteristics

### DOI

10.33171/dtcfjournal.2022.62.2.34

### Öz

Sosyal medya her yaşta insan için hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında her gün yeni deneyimler yaşanmakta ve gerçek yaşamdaki deneyimler bu platformlarda paylaşılmaktadır. Metin, fotoğraf ve video gibi alışılmışın dışında içeriklere sahip bu olayların gerçek yaşam olaylarından farklılaşması olasıdır. Bu farklılıkların anlaşılması sosyal medya kullanımının otobiyografik bellek süreçleri üzerindeki etkisinin tespiti açısından önemli görünmektedir. Güncel çalışmada sosyal medyada ve gerçek yaşamda deneyimlenmiş olayların fenomenolojik özellikleri ve algılanan işlevleri arasındaki farklılıkların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla genç yetişkinlerden gerçek yaşamda ve sosyal medyada deneyimledikleri birer olay yazmaları ve bu olayların fenomenolojik özellikleri (duygusal değerlik, duygusal şiddet, önem, gönüllü ve istemsiz hatırlama, kimlik ve yaşam öyküsüne merkezilik) ve işlevlerini (yansıtıcı, sosyal, üretici, ruminatif) puanlamaları istenmiştir. Bulgular sosyal medya olayları için hissedilen duyguların şiddetinin gerçek yaşam olaylarından daha düşük, daha az önemli, kimlik ve yaşam hikâyesi için daha az merkezi olarak algılandığını göstermiştir. Ayrıca bu olayların istemli ve istemsiz olarak gerçek yaşam olaylarından daha az sıklıkla geri çağrıldığı raporlanmıştır. Son olarak sosyal medya olaylarının gerçek yaşam olaylarından daha az işlevsel algılandığı görülmüştür. Çalışma otobiyografik belleğe kaydedilen sosyal medya olaylarının niteliksel ve işlevsel açıdan gerçek yaşam olaylarından farklılaştığını göstermektedir. Sonuç olarak, benlik algısının ve sosyal ilişkilerin ve nihayetinde psikolojik sağlığın bu yeni otobiyografik bellek bağlamından etkilenmesi mümkün görünmektedir.

### Abstract

Social media has become an important part of life for individuals of all ages. A substantial number of events are experienced and shared with others on social media. Social media events include unusual stimuli like text, photos, and videos. Given that, they are likely to differ from real-life events in terms of phenomenology and perceived functions. Understanding these differences is critical in determining the effect of social media use on autobiographical memory. In the current study, we aimed to determine the differences between the phenomenological features and perceived functions of events experienced in social media and real life. For this purpose, in the current study, young adults wrote down two events they experienced in real life and on social media, and rated the phenomenological characteristics (i.e., emotional valence, emotional arousal, importance, voluntary and involuntary recall, identity, and centrality to life story) and perceived functions (i.e., reflective, social, productive, ruminative) of those events. Findings showed that social media events are perceived as emotionally less intense, less important, and less central to identity and life story than real-life events. It has also been reported that these events are recalled less frequently than real-life events, both voluntarily and involuntarily. Finally, social media events were perceived as less functional than real-life events. The study shows that social media events recorded in autobiographical memory differ from real life events in terms of quality and functionality. Given that, it is possible that self-perception and social relations and ultimately psychological health will be influenced by this new context of autobiographical memory.

## Giriş

Yaklaşık yirmi yıl önce Harvard Üniversitesi öğrencilerinin çevrimiçi iletişim kurabilmesi amacı ile kurulan bir uygulama ile yaşamımıza giren sosyal medya platformları yıllar içerisinde çeşitliliğini ve kullanıcı sayılarını oldukça hızlı bir şekilde arttırmış görünmektedir (Pew Research Center, 2018). Bu yeni sanal dünya bireylere yüzlerce ve hatta binlerce insanla aynı anda iletişim kurabilme imkanı sağlamıştır. Durum güncellemeleri, fotoğraf, video ve diğer birçok dosya türü aracılığı ile gerçek yaşamda tanınan ve tanınmayan kişilerle toplu iletişimi mümkün kılmıştır. Aynı zamanda akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi cihazların geçmişe göre daha ulaşılabilir olması sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın son yıllarda oldukça artmasını sağlamıştır. Dolayısıyla sosyal medya bireylerin yaşam hikâyesinin önemli bir parçasını kaplamaya başlamıştır. Buna karşın bireyin yaşam hikâyesini içeren, anısal (episodic) ve anlamsal (semantic) belleği kapsayan otobiyografik belleğin bu yeni bağlamdan nasıl etkilendiği hakkında literatürde çok az çalışma bulunmaktadır. Bellek sürecinin tüm aşamalarında; kodlama (encoding), depolama (storage) ve geri çağırma (retrieving) farklılıklar içeren sosyal medya anılarının niteliksel ve işlevsel açıdan gerçek yaşam anılarından farklılaşması olası görünmektedir. Şüphesiz bu farklılaşma benlik algısını da etkileyecek ve kişinin kendini nasıl tanımladığı üzerinde önemli rol oynayacaktır (Eliseev ve Marsh, 2021, s. 1078). Bu sebeple güncel çalışmada gerçek yaşam ve sosyal medya olaylarına ilişkin otobiyografik anıların fenomenolojik özellikleri (duygusal değer, duygusal yoğunluk, önem, olayın kimliğinin ve yaşam hikâyesinin bir parçası olarak algılanma derecesi, istemli ve istemsiz hatırlama sıklığı) ve algılanan işlevleri (yansıtıcı, sosyal, üretici, ruminatif) arasındaki farklar test edilmiştir.

### Sosyal Medyada Otobiyografik Bellek

Yaşamın yaklaşık üçüncü yılından itibaren kişi tarafından deneyimlenen olayların anısal (episodic) ve anlamsal (semantic) içerikleri otobiyografik belleğe kodlanmaktadır (Pillemer, 1989). Bu olaylar zaman zaman kişi tarafından o anki benliğin perspektifinden amacına (işlevine) bağlı olarak içeriği görece değiştirilerek geri çağırılmaktadır (Bluck, 2010; Bluck ve Alea, 2002; Harris, Berntsen ve Rasmussen, 2014). Dolayısıyla otobiyografik belleğe kodlanan içerik hem olayın kaydedildiği hem de geri çağırıldığı bağlamdan etkilenmektedir.

Yeni bir bağlam olarak sosyal medya, çevrimiçi deneyimlerin otobiyografik belleğe kaydedilmesini ve gerçek yaşamda deneyimlenen olayların sosyal medya aracılığı ile paylaşılmasını sağlamaktadır. Örneğin kişi sosyal medyada bir

arkadaşının fotoğrafına yaptığı güzel bir yorumu gerçek yaşamda olumlu bir anı olarak hatırlayabilmektedir. Benzer biçimde gerçek yaşamda bir arkadaşı ile geçirdiği güzel bir günü sosyal medyada paylaşabilmektedir. Bu yeni bağlam otobiyografik belleği kodlama, depolama ve geri çağırma süreçlerinin her birinde etkiliyor görünmektedir (Belk, 2013; Wang, 2020). Gerçek yaşamdan farklı olarak sosyal medya fotoğraf, video, metin gibi uyarıların kodlanmasını veya geri çağırılmasını içermektedir. İkincil olarak bu olaylar yüzlerce insanla aynı anda deneyimlenmekte veya geri çağırılmaktadır. Bu durum kişinin bir olayı kendisi için veya etrafındaki sınırlı sayıda kişi ile paylaşarak geri çağırmasından farklı görünmektedir (Belk, 2013, s. 488). Son olarak sosyal medya kişilere gerçek yaşamdan farklı, sanal bir benlik oluşturma imkanı sağlamaktadır (Belk, 2013; Eliseev ve Marsh, 2021). Dolayısıyla sanal dünyada deneyimlenen veya paylaşılan olaylar bu yeni benliğin perspektifinden otobiyografik belleğe kodlanmaktadır. Tüm bu etkilerden dolayı otobiyografik belleğe kaydedilen sosyal medya olaylarının fenomenolojik özelliklerinin (önem, kimlik ve yaşam hikâyesi için merkezilik, istemli ve istemsiz geri çağırılma sıklığı, istemli ve istemsiz geri çağırma) ve işlevlerinin (yansıtıcı, sosyal, üretici, ruminatif) gerçek yaşam olaylarından farklılaşması olasıdır.

### **Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Fenomenolojik Özellikleri**

Olumlu ve olumsuz yaşam olaylarının nötr olaylara oranla diğerleri ile paylaşılma olasılığının daha yüksek olduğu bilinmektedir (Wang, Lee ve Hou, 2017). Bu eğilim paylaşım yapılacak kişi sayısı arttıkça yükselmektedir (Gibbons, Horowitz ve Dunlap, 2017; Wang, Blenis, Ng ve Gonzalez, 2015). Kişisel olayların yüzlerce kişi ile aynı anda deneyimlenmesini veya paylaşılmasını mümkün kılan sosyal medyada bu etki daha güçlü bir şekilde kendini göstermektedir (Barasch, Zauberaman ve Diehl, 2018; Choi ve Toma, 2014; Wang vd., 2015). Önceki çalışmalar sosyal medya olaylarının genel olarak gerçek yaşam olaylarından daha olumlu algılandığını göstermektedir (Barasch vd., 2018; Choi ve Toma, 2014; Wang ve ark., 2015). Olumsuz olaylar ise çok daha az sıklıkla paylaşılmaktadır (Gibbons, Dunlap, Friedmann, Dayton ve Rocha, 2022, s. 6). Bu durum bu olaylara ilişkin duyguların görece uzun süre canlılığını sürdürmesine sebep olmaktadır (Lambert, Gwinn, Baumeister, Strachman, Washburn, Gable ve Fincham, 2013; Wang vd., 2015). Barasch ve arkadaşlarına (2018) göre olumlu olaylara ilişkin bu yanlılığın temel sebebi sosyal medyada yaratılan sanal benliği diğerlerine olumlu olarak tanıtmaya amaçlıdır.

Sosyal medya platformlarına kaydedilen kişisel deneyimler kişi tarafından görece dikkat çekici ve önemli olarak algılanan olaylardan seçilmektedir (Eliseev ve Marsh, 2021, s. 1077). Bazı durumlarda olayın bütünü değil yalnızca bazı kısımları önemli algılanmakta, bu sebeple yalnızca bu kısımlar paylaşılmaktadır (Wang vd., 2017, s. 4). Wang ve arkadaşlarının (2017) yürüttüğü bir çalışmada katılımcılardan bir hafta boyunca yaşamış oldukları olayları bir günlüğe yazmaları ve olayları anlattıktan sonra bu olayların ne kadar önemli olduğunu puanlamaları istenmiştir. Ayrıca katılımcılara bu yaşam olaylarından hangilerini sosyal medyada paylaştıklarını da belirtmeleri istenmiştir. Çalışmanın sonuçları sosyal medyada paylaşılan olayların paylaşılmayan olaylardan daha önemli olarak değerlendirildiğini göstermiştir. Araştırmalara göre sosyal medyada paylaşılan olayların daha önemli olarak algılanmasının bir sebebi de bu olayların diğer olaylara oranla daha sık prova edilmesidir (Öner ve Gülgöz, 2016, s. 364).

Duygusal ve önemli olarak algılanan olayların sosyal medyada daha sık paylaşılması bu olayların daha sık prova edilmesini sağlamaktadır (Cuc, Koppel ve Hirst, 2007; Echterhoff, Higgins ve Groll, 2005; Stone ve Wang, 2019). Kişinin paylaşmadan hatırladığı veya gerçek yaşamda sınırlı sayıda kişi ile paylaştığı olaylardan farklı olarak sosyal medya platformlarına kaydedilen olaylar paylaşıldıkları platformlarda uzun süre kalmaktadır. Bu sayede kişi yaşadığı deneyimi tekrar tekrar prova etme şansına sahip olmaktadır. Paylaşım yapılan olay istenilen sıklıkta prova edilebilmektedir. İnternetin bulunduğu durumlarda akıllı telefon ve bilgisayar aracılığıyla istenilen her an olaylar gözden geçirilebilmektedir (Wang vd., 2017). Buna ek olarak diğerlerinin geri bildirimleri (beğeni, yorum, vs.) hatırlatıcı görevini üstlenerek olayın prova edilme olasılığını arttırmaktadır (Eliseev ve Marsh, 2021; Zimmerman ve Brown-Schmidt, 2020). Tüm bu sebeplerden dolayı sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarından daha sık prova edilmektedir.

### **Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Algılanan İşlevleri**

Otobiyografik belleğe kaydedilen olaylar farklı zamanlarda farklı amaçlar için geri çağrılmaktadır. Bir görüşe göre otobiyografik bellek benlik, sosyal ve yönlendirici olmak üzere üç temel işleve sahiptir (Bluck ve Alea, 2002; Pillemer, 1989). *Benlik* işlevi otobiyografik belleğe kaydedilen olayların benlik hakkında bilgi alma ve benlik sürekliliğini sağlama amacıyla geri çağrılmasını ifade etmektedir (Bluck ve Alea, 2008). *Sosyal* işlev, kişinin kendini ifade etmesi veya diğerleri hakkında bilgi toplaması yoluyla ilişkilerini sürdürmesi veya yeni ilişkiler kurması olarak tanımlanmıştır (Alea ve Bluck, 2007). Üçüncü işlev olan *yönlendirici işlev* ise

belleğe kaydedilen olayların var olan bir problemi çözme veya geleceği planlamak için geri çağrılmasını ifade etmektedir (Pillemer, 1989).

Harris ve arkadaşları (2014) yakın zamanda otobiyografik bellek işlevlerini yeniden yapılandırmış; *yansıtıcı*, *ruminatif*, *sosyal* ve *üretici* olmak üzere dört otobiyografik bellek işlevi tanımlamıştır. Harris ve arkadaşları (2014) benlik işlevini, *yansıtıcı* ve *ruminatif* işlev olmak üzere ikiye ayırmıştır. Her iki işlev de kişinin benliğini anlamak ve tanımlamak için kullandıkları işlevlerdir. Ancak aralarında temel farklar bulunmaktadır. *Yansıtıcı* işlevde kişi kendisini ve davranışlarını anlama amacına sahiptir. Kişinin kendisi hakkında topladığı bilgiler var olan sorunlarını çözmesine veya davranışlarını yönlendirmesine yardımcı olmaktadır. Daha uzun süreçte ise bu işlev kişinin benliğini tanımasını ve benlik sürekliliğini sağlamaktadır. *Ruminasyon* işlevinde ise kişi dış dünya odaklı bir kendini tanıma amacına sahiptir. Kendisini kayıpları veya dış dünyadaki tehditlerle tanımlamaktadır. Bu amaçla geri çağrılan olayların davranış yönlendirme veya problem çözme ile bağlantısı zayıftır. Olaylar kayıp duygusunun yaşanması veya can sıkıntısının giderilmesi amacı ile geri çağrılmaktadır.

Harris ve arkadaşları (2014) tarafından tanımlanan üçüncü işlev *sosyal* işlevdir. Bu işlev Pillemer'in (1989) sosyal işlevi ile örtüşmektedir. Otobiyografik belleğe kaydedilen olayların sosyal bağların kurulması veya iletişime yardımcı olması için kullanılması anlamına gelmektedir. Son işlev olan *üretici* işlev ise otobiyografik belleğe kaydedilen olayların sonraki jenerasyonlara bilgi aktarma veya ders verme amacıyla kullanılmasını ifade etmektedir. Ayrıca kişi kendisinden sonra yaşayacak bir isim bırakma amacına sahiptir. Bu işlev genellikle ebeveynlik, öğretmenlik gibi rollerde kullanılmaktadır. Az ya da çok oranda yaşam boyu kullanılmasına karşın ilerleyen yaşlarda kullanım sıklığı artmaktadır.

Bu dört işlev gerçek yaşam olayları temel alınarak oluşturulmuş olsa da sosyal medya olaylarına genellenmeleri mümkün görünmektedir. Amerika'da yaşayan insanların internet kullanım alışkanlıkları ile ilgili yapılmış olan oldukça geniş kapsamlı bir anket çalışması kişisel yaşam olaylarının paylaşılma amaçlarının çevrimiçi ortamda ve gerçek yaşamda oldukça benzer olduğu göstermiştir (Wang, 2013). Dinleyici sayısı her iki bağlamda da paylaşım motivasyonunu benzer şekilde etkilemektedir (Cuc vd., 2007; Stone ve Wang, 2019). Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu blog yazımı ile bağlantılı olmakla birlikte bu çalışmalar sosyal medyanın işlevler üzerindeki olası etkileri konusunda oldukça bilgi verici görünmektedir. Bu çalışmalar sosyal medya olaylarının Harris'in (2014) gerçek yaşam olayları için

önerdiği dört işlevin sosyal medya olayları için de geçerli olabileceğine işaret etmektedir (Baker ve Moore, 2011; Wang, 2020).

Wang'e (2020) göre sosyal medyada otobiyografik belleğe kaydedilen olayların paylaşılmasının birincil amacı kişilerin benliğini diğerlerine tanıtmaktır. Bu işlev Harris ve arkadaşlarının (2014) modelinde *yansıtıcı* işlevi ifade etmektedir. Sosyal medyada oluşturulan benlik kavramının gerçek yaşamdaki benlikten farklı olduğu düşünülmektedir. Gerçek benlik yerine sosyal medyada yeniden yapılandırılmış olan ancak gerçek benlikten tamamen bağımsız olmayan benliği diğerlerine göstermek için deneyimlerini paylaşmaktadır (Stone ve Wang, 2019). Henüz oluşturmuş olduğu bu yeni benliğin diğerlerine tanıtılması amacı bulunmaktadır. Bunun yapılabilmesi için yaşam olayları mümkün olduğunca detaylı bir şekilde diğerleri ile paylaşılmaktadır (Eliseev ve Marsh, 2021, s. 1077). Yansıtıcı işlevin kullanılma sıklığında bireyler arası farklılıklar gözlenmekle birlikte (Stone ve Wang, 2022) gerçek yaşam olaylarında olduğu gibi (Harris vd., 2014) tüm bireylerde en sık kullanılan işlevlerden birisi olduğu düşünülmektedir.

*Ruminasyon* işlevinin de sosyal medya olayları için kullanıldığını gösteren sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Stone ve Wang, 2022; Wang, 2020). Wang'e (2020) göre otobiyografik belleğe kodlanan olaylarda bazen temel motivasyon deneyimlenen olayın oluşturduğu rahatsızlık hissinin azaltılmasını sağlamaktır. Gerçek yaşam olaylarında olduğu gibi sosyal medya olayları da olumsuz duygularla baş etmek için kullanılmaktadır (Eliseev ve Marsh, 2021; Stone ve Wang, 2022). Gerçek yaşam olaylarından farklı olarak ise kişi paylaşımlarını tekrar tekrar yeniden değerlendirebilme, bu yolla duygularını düzenleyebilme şansına sahip olmaktadır (Eliseev ve Marsh, 2021, s. 1079).

Otobiyografik bellek olayları için gerçek yaşam olaylarında en sık kullanılan işlevlerden bir diğeri olan *sosyal* işlevin de sosyal medya olayları için oldukça sık kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Eliseev ve Marsh'a (2021) göre yaşam olaylarının sosyal medyada paylaşılmasının birincil sebebi sosyal ilişkilerin inşa edilmesi ve var olan ilişkilerin sürdürülmesidir. Sosyal medyanın yüzlerce bazı durumlarda binlerce kişi ile aynı anda iletişim kurmayı mümkün kılması sosyal işlevin diğer işlevlere oranla daha sık kullanılma olasılığını arttırmaktadır (Bluck ve Alea, 2008). Daha özelden, otobiyografik bellek olaylarının diğerleri ile paylaşılmasının kişilerarası yakınlığı arttırarak sosyal ilişkileri güçlendirdiği savunulmaktadır (Lin, Tov ve Qiu, 2014). Öte yandan yakın zamanda yapılan deneysel bir çalışma sosyal medyada paylaşılan olayların sosyal işlevde gerçek

yaşam olayları kadar etkin olmadığını göstermiştir (Alea, Bluck, Mroz ve Edwards, 2019). Bu çalışmada katılımcıların yarısı tanımadıkları bir kişinin yaşadığı bir olayı bu kişiden yüz yüze dinlemiş, diğer yarısı ise aynı olayı çevrimiçi mesajlaşma yoluyla okumuştur. Daha sonra her iki gruptan da hikâyenin sahibine ilişkin hissettikleri yakınlık ve empati düzeyini puanlamaları istenmiştir. Yabancıların hikâyesini yüz yüze dinlemiş olan katılımcılar diğer gruba göre anlatıcıya daha fazla yakınlık ve empati hissettiklerini raporlamıştır. Bu çalışma sosyal medya bağlamında yapılmamış olsa dahi sosyal medyanın otobiyografik olayların sosyal işlevde etkinliği hakkında bilgi verici görünmektedir.

Diğerlerine yol gösterme veya ölüme hazırlanmayı içeren *üretici* işlevinin sosyal medya olayları içinde nasıl çalıştığına ilişkin yapılmış herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Eliseev ve Marsh'a (2021) göre bireyler sosyal medya gibi diğerlerine açık platformlarda paylaşım yaparken bu paylaşımların sevdiklerinin onları nasıl hatırlayacağını etkilediğinin farkında olmaktadır. Yaptıkları paylaşımlar birer kamusal kayıt olarak sosyal medyada kendilerinden sonra da varlığını sürdürecektir. Bu sebeple paylaşımlarını hatırlanmak istedikleri şekilde yapılandırmaktadırlar. Bu durum üretici işlevin sosyal medyada oldukça aktif olarak kullanılmasına sebep olabilmektedir. Ruminasyon işlevinden farklı olarak üretici işlev hem olumlu hem de olumsuz olayları kapsamaktadır (Sütterlin, Paap, Babic, Kübler ve Vögele, 2012, s. 1).

Sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının fenomenolojik özellikleri ve işlevlerinin benzerlik ve farklılıklarına işaret eden çalışmalara karşın, bildiğimiz kadarıyla şu ana değin bütüncül ve sistematik bir biçimde bu farklılıkları inceleyen herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Öte yandan artan sosyal medya kullanımının bilişsel süreçler üzerindeki etkileri güçlenerek devam etmektedir. Otobiyografik bellek süreçleri üzerindeki etkilerinin uzun süreçte benlik algısı, sosyal ilişkiler ağı ve bunlarla bağlantılı olarak psikolojik sağlığı etkilemesi olası görünmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarına ilişkin hatırlanan anıların fenomenolojik özellikler ve algılanan işlevleri arasındaki olası farklılıkların tespit edilmesidir. Bu iki boyutun test edilmesi temelde otobiyografik bellek süreçlerinin sosyal medyada da gerçek yaşam olaylarına benzer biçimde gerçekleşip gerçekleşmediği sorusunun yanıtlanmasını sağlayacaktır. Belirlenen amaç doğrultusunda dört temel hipotez test edilmiştir.

*H1.* Sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarına oranla daha detaylı, olumlu, yaşam hikâyesi ve kimlik için daha merkezi olacaktır.

H2. Sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarına oranla istemli ve istemsiz olarak daha sık hatırlanacaktır.

H3. Her iki olay türü için de algılanan sosyal ve yansıtıcı işlev, üretici ve ruminatif işlevlerden daha yüksek olacaktır.

H4. Sosyal medya ve gerçek yaşam olayları algılanan işlevler açısından benzer olacaktır.

## Yöntem

### Örnekleme

Bu çalışma sosyal medya kullanımının bilişsel ve sosyo-duygusal süreçler üzerindeki etkilerinin test edildiği büyük bir çalışmanın bir parçası olarak tamamlanmıştır. Çalışmaya lisans öğrenimine devam eden 258 öğrenci katılım sağlamıştır. Katılımcı sayısı sosyal medyada ve/veya gerçek yaşamda otobiyografik bellek özelliklerinin test edildiği diğer çalışmalar göz önünde bulundurularak belirlenmiştir (Bkz., Gibbons, Horowitz, Dunlop, 2017; Harris, Rasmussen, Berntsen, 2014). Katılımcılar katılımları karşılığında yapılacak olan bir tablet çekilişine katılma hakkı kazanmıştır. Çalışma Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nin etik kurulu tarafından onaylanmıştır.\*

Hipotezlerle bağlantılı soruların tamamını veya çok sayıda soruyu yanıtlamayan 8 katılımcıya ait bilgiler analizlere dahil edilmemiştir. Dolayısıyla analizler 250 katılımcı (75 erkek,  $Ort.Yaş=21.75$ ,  $S = 3.42$ ) üzerinden yapılmıştır. Araştırmaya katılım konusunda kadın katılımcılar daha istekli davrandıkları için daha yüksek sayıda katılım göstermiştir. Bu durum benzer konuları inceleyen önceki çalışmalarda da görülmüştür (Özbek, Bohn ve Berntsen, 2018; Gibbons, Horowitz, Dunlop, 2017; Harris, Rasmussen, Berntsen, 2014). Katılımcıların %4'ü tek bir sosyal medya hesabına sahip olduğunu raporlarken, %47.2'si iki veya üç, %47.1'i ise dört veya daha fazla sosyal medya hesabına sahip olduğunu raporlamıştır. Ayrıca katılımcılar haftada ortalama 17.74 saatlerini ( $S = 8.06$ ) sosyal medyada geçirdiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların aktif sosyal medya kullanıcıları oldukları görülmektedir.

\* **Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TNKÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Kararı:** "Üniversitemiz Fen-Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü Öğr. Gör. Dr. Aylin ÖZDEŞ'e ait "Sosyal Medya ve Zihinsel Süreçler" isimli çalışmasının etik açıdan değerlendirilmiş olup, uygun olduğuna mevcudun oybirliğiyle karar verilmiştir." Toplantı Tarihi-Saati: 2019.07.31 / 10.00, Toplantı Sayısı: T2019-7, Karar-2, Toplantı Yeri: Rektörlük 9. Kat Toplantı Salonu.



Mevcut duygu durumun hatırlanacak anıların içeriğini etkilediğini gösteren çalışmalar temel alınarak (Mang, Ridout ve Dritschel, 2018; Roberts, Kyung, Koscinski, Rosenfeld ve Lee, 2021; Wolf ve Demiray, 2019) katılımcıların olumlu ve olumsuz duygu durumları ölçülmüştür (PANAS; Gençöz, 2000; Watson, Clark ve Tellegen, 1988). Katılımcıların olumlu ve olumsuz duygu durum puan ortalamaları 33.11 ( $S = 8.54$ ) ve 22.81 ( $S = 7.13$ ) bulunmuştur. Dolayısıyla katılımcıların tipik bir duygusal işlevsellik düzeyine sahip olduğu görülmüştür.

### **Veri Toplama Araçları**

Bu bölümde yalnızca hipotezlerle bağlantılı olarak kullanılan demografik sorular ve ölçekler sunulmuştur.

### **Demografik ve Sosyal Medya Kullanımı Bilgi Formu**

Bu formda katılımcılara ait demografik bilgiler ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile ilgili sorular sorulmuştur. Demografik bilgiler katılımcıların cinsiyet, doğum tarihi bilgilerini kapsamaktadır. Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ise katılımcıların bir gün içerisinde sosyal medyada geçirdikleri süre, haftalık kullanım sıklıkları, sahip oldukları sosyal medya hesap sayısı ve sosyal medya türünü kapsamaktadır.

### **Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Raporlanması**

Katılımcılardan bir tane sosyal medyada (Twitter, Facebook, Instagram, vb.) bir tane gerçek yaşamda (ya da sosyal medyada) olmak üzere son 5-10 yıl içerisinde yaşamış oldukları iki olayı kendilerine verilmiş olan bir forma yazmaları ve bu olay için kısa bir başlık belirlemeleri istenmiştir. Otobiyografik bellek koşulunun sağlanması için anlatılan olayın özgül bir zamanda ve mekânda gerçekleşmiş olması ve 24 saatten daha uzun sürmemiş olması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca olayların tarihleri arasında büyük farklılıklar olmaması için yazılan olayın 5-10 yıl önceki bir zamanda gerçekleşmiş olması gerektiği belirtilmiştir.

### **Fenomenolojik Özellikler Soru Formu**

Özbek ve arkadaşlarının (2018) çalışmasından alınan soru formu duygusal değer, duygusal yoğunluk, önem, olayın kimliğin ve yaşam hikâyesinin bir parçası olarak algılanma derecesi, istemli ve istemsiz hatırlama sıklığını içermektedir. Katılımcılardan kimlik ve yaşam hikâyesinin parçası olma soruları dışındaki soruları 7'li Likert ölçeğine göre puanlamaları istenmektedir (duygusal değerlik için -3 = *son derece olumsuz*, 0 = *nötr*, 3 = *son derece olumlu*, Kalan sorular için 1 = *hiç*, 7 = *çok yoğun/sık/belirgin*). Olayın gerçekleşme zamanının sorulduğu sorusu ise

açık uçludur. Kimliğin ve yaşam hikâyesinin bir parçası olma durumu sorularının ise 5'li Likert ölçeği kullanılarak yanıtlanması istenmektedir (1 = *hiç katılmıyorum*, 5 = *tamamen katılıyorum*). Bu soru formu kapsamında sosyal medya ve gerçek yaşam olayları için soru ve ölçekler Ek 1'de sunulmuştur.

### **Algılanan İşlevler Soru Formu**

Harris ve arkadaşları (2014) tarafından geliştirilen ve Özbek ve arkadaşları (2018) tarafından Türkçe'ye çevrilen algılanan bellek işlevleri soru formu hatırlanan olayların dört işlevini (sosyal, üretkenlik, yansıtıcı, ruminatif) ölçmektedir. Soru formunda 31 soru bulunmaktadır. Katılımcılardan tüm soruların 5'li Likert ölçeği kullanarak yanıtlanması istenmektedir (1 = *hiç*, 5 = *çok sık*). Soruları yanıtlamadan önce katılımcılara aşağıdaki yönerge verilmektedir.

İnsanlar kimi zaman geçmişte gerçekleşmiş olaylar hakkında düşünür ya da bu olayları başka insanlara anlatırlar. Aşağıdaki sorularda size, yazmış olduğunuz olayı düşünmenizi ya da başka insanlara anlatmanızı sağlayan çeşitli sebepler sunacağız. Lütfen sunulan her bir sebebin, ne sıklıkta bu olayı düşünmenizi ya da başka insanlara anlatmanızı sağladığını 1 ile 5 arasında size en uygun gelen rakamı daire içine alarak belirtiniz.

Yönergeyi okuduktan sonra katılımcılar soruları yanıtlamaktadır. Katılımcıların gerçek yaşam ve sosyal medya olayları için yanıtladıkları tüm sorular ve soruların dahil olduğu işlevler Ek 2'de sunulmuştur.

### **Olumlu ve Olumsuz Duygudurum Ölçeği (Positive And Negative Affect Scale/PANAS)**

Pozitif ve negatif duygu değerlendirmesi için Watson ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilmiş olup Türkçe uyarlaması Gençöz (2000) tarafından yapılan Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 10'u pozitif ve 10'u negatif duygu olmak üzere toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Katılımcılardan içinde buldukları duyguyu 5'li Likert ölçeği üzerinden (1 = *çok az veya hiç*, 5 = *çok fazla*) belirtmeleri istenmektedir. Ölçeğin değerlendirilmesi aşamasında pozitif duygu ve negatif duygu boyutlarındaki maddelerin puanları toplanarak iki ayrı puan elde edilmiştir. Mevcut çalışmada ölçeğin güvenilirliği bakımından, iç tutarlığı olumlu ( $\alpha = .88$ ) ve olumsuz duygu durumu ( $\alpha = .80$ ) için kabul edilir seviyede çıkmıştır.

## **İşlem**

Verilerin bir kısmı öğretim elemanlarından izin alınarak ders saatleri sırasında gruplar halinde, kalan kısmı ise bireysel olarak toplanmıştır. Katılımcılar bilgilendirilmiş onam formunu imzaladıktan sonra kendilerine verilen soru formlarını eksiksiz bir şekilde tamamlamıştır. Tüm katılımcılar ilk olarak demografik bilgi ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını içeren anketi doldürmüştür. Daha sonra katılımcıların ilk yarısından sosyal medyada yaşamış oldukları bir olayı kendilerine verilmiş olan soru formunda yer alan bir kutucuğa yazmaları istenmiştir. Olay raporlandıktan sonra anlattıkları olay için sırasıyla fenomenolojik özellikler ve algılanan bellek işlevleri formlarını doldürmüşlardır. Tüm sorular yanıtlandıktan sonra aynı işlem gerçek yaşam olayları için de gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların diğer yarısı ise önce gerçek yaşam olayını, daha sonra sosyal medya olayını raporlamış ve ilgili soruları yanıtlamış böylece olası sıralama etkisi ortadan kaldırılmıştır. Son olarak Olumlu ve Olumsuz Duygu Durum Ölçeği doldürülmüştür.

## **Bulgular**

Bu bölümde öncelikle sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının fenomenolojik özellikleri, ikincil olarak ise bu iki olay türünün algılanan işlevlerine ilişkin bulgular sunulmuştur.

### **Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Fenomenolojik Özellikleri**

Sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının fenomenolojik özellikleri arasındaki olası farkları test edebilmek için bir seri bağımlı örneklem için t-testi uygulanmıştır. Tablo 1 olay türüne bağlı olarak verilmiş olan fenomenolojik özellik puanlamalarını yansıtmaktadır.

**Tablo 1:** Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Fenomenolojik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistik ve Bağımlı Örneklem t-Testi Sonuçları

	Sosyal medya olayları		Gerçek yaşam olayları		t
	Ort.	S	Ort.	S	
Duygusal değerlik	4.21	2.49	4.11	2.62	0.50
Duygusal yoğunluk	4.04	2.37	5.28	2.10	-7.05***
Önem	3.76	2.38	5.46	1.99	-9.50***
Kimliği ifade	2.20	1.46	3.09	1.52	-7.64***
Yaşam hikâyesini ifade	2.06	1.36	3.03	1.55	-8.83***
İstemli hatırlama	3.49	2.10	4.76	2.02	-7.65***
İstemsiz hatırlama	3.11	2.05	4.18	2.13	-6.50***

Not: \*\*\*p<.001

Analiz sonuçları sosyal medya olaylarının duygusal değerlik haricindeki tüm fenomenolojik özelliklerinin gerçek yaşam olaylarına oranla daha düşük puanlandığını göstermiştir. Sosyal medya olayını hatırlarken hissedilen duygular gerçek yaşam olayını hatırlarken hissedilen duygulardan daha az yoğun olarak puanlanmıştır. Buna ek olarak sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarından daha az önemli, kişinin kimliği ve yaşam öyküsü açısından daha az merkezi olarak değerlendirilmiştir. Son olarak sosyal medya olaylarının gerçek yaşam olaylarına oranla istemli ve istemsiz olarak daha az sıklıkta hatırlandığı bildirilmiştir. Olayların duygusal değerlik puanları sosyal medya ve gerçek yaşam olayları arasında farklılaşmamıştır.

### Sosyal Medya ve Gerçek Yaşam Olaylarının Algılanan İşlevleri

Ana hipotezler test edilmeden önce algılanan işlevler maddelerinin sosyal medya ve gerçek yaşam olayları için güvenilirlikleri test edilmiştir. İç güvenilirlik analizlerine göre sosyal medya ve gerçek yaşam olayları için Cronbach  $\alpha$  değerleri sırasıyla sosyal işlev için .84 ve .84, üretkenlik işlevi için .86 ve .77, yansıtıcı işlev için .88 ve .83, ruminatif işlev içinse .78 ve .74 çıkmıştır. Dolayısıyla tüm işlevler için Cronbach  $\alpha$  değerleri kabul edilebilir düzeydedir.

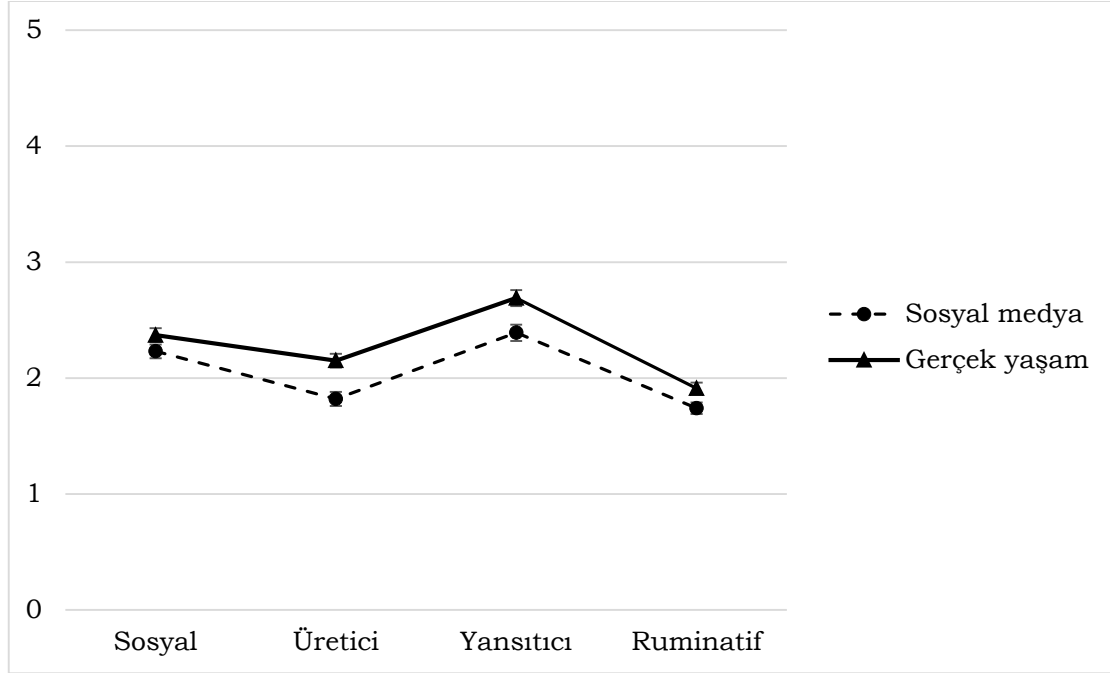
Sonraki adımda ilgili maddelerin ortalamaları alınarak dört işlev için puanlar oluşturulmuştur. Son adımda sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının algılanan işlevleri arasındaki olası farkları test edebilmek için 2(olay türü: gerçek yaşam, sosyal medya) x 4(işlev: sosyal, üretici, yansıtıcı, ruminatif) tekrarlı ölçümler ANOVA kullanılmıştır. Analiz sonuçlarında olay türünün algılanan işlevler üzerinde ana etkisi olduğu görülmüştür,  $F(1,249) = 25.13$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2 = .09$ . Sosyal medya

olaylarının işlevlerine ilişkin puanların ( $Ort. = 2.04$ ,  $S = .05$ ) gerçek yaşam olaylarına ilişkin puanlardan ( $Ort. = 2.28$ ,  $S = .05$ ) anlamlı düzeyde daha düşük olduğu bulunmuştur ( $p < .001$ ). Buna ek olarak, analiz sonuçları işlev türünün de ana etkisi olduğunu göstermiştir,  $F(2.79, 694.78) = 115.81$ ,  $p < .001$ ,  $\eta^2 = .32$ . Küresellik varsayımı karşılanmadığı için Hynh-Feldt düzeltmesi uygulanmıştır. Bonferroni düzeltmesi kullanılarak yapılan ikili karşılaştırmalar olay türü fark etmeksizin yansıtıcı işlevin ( $Ort. = 2.54$ ,  $S = 0.6$ ), sosyal ( $Ort. = 2.30$ ,  $S = .06$ ), üretici ( $Ort. = 1.98$ ,  $S = 0.5$ ) ve ruminatif ( $Ort. = 1.82$ ,  $S = 0.5$ ) işlevlerden daha sık kullanıldığını göstermiştir ( $p < .001$ ). Ayrıca sosyal işlevin üretici ve ruminatif işlevlerden daha sık kullanıldığı raporlanmıştır ( $p < .001$ ). Son olarak üretici işlev ruminatif işlevden daha sık kullanılmıştır ( $p < .001$ ).

Analiz sonuçları olay türü ve algılanan işlevleri arasında bir etkileşim etkisi olduğunu göstermiştir,  $F(2.85, 709.96) = 4.14$ ,  $p = .007$ ,  $\eta^2 = .02$ . Küresellik varsayımı karşılanmadığı için Hynh-Feldt düzeltmesi uygulanmıştır. Bonferroni düzeltmesi kullanılarak yapılan her bir olay türünün işlevleri arasındaki farklılıkların test edildiği ikili karşılaştırmalar sosyal medya olaylarında yansıtıcı işlevin ( $Ort. = 2.39$ ,  $S = 0.07$ ), sosyal ( $Ort. = 2.23$ ,  $S = .06$ ), üretici ( $Ort. = 1.82$ ,  $S = .06$ ) ve ruminatif ( $Ort. = 1.74$ ,  $S = 0.5$ ) işlevlerden daha sık kullanıldığını göstermiştir ( $p < .01$ ). Ayrıca sosyal işlevin üretici ve ruminatif işlevlerden daha sık kullanıldığı raporlanmıştır ( $p < .001$ ). Üretici işlev ile ruminatif işlev arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p = .32$ ). Gerçek yaşam olaylarında ise yansıtıcı işlevin ( $Ort. = 2.69$ ,  $S = 0.07$ ), sosyal ( $Ort. = 2.37$ ,  $S = .06$ ), üretici ( $Ort. = 2.15$ ,  $S = .06$ ) ve ruminatif ( $Ort. = 1.91$ ,  $S = 0.5$ ) işlevlerden daha sık kullanıldığını göstermiştir ( $p < .001$ ). Ayrıca sosyal işlevin üretici ve ruminatif işlevlerden daha sık kullanıldığı raporlanmıştır ( $p < .001$ ). Son olarak üretici işlevin ruminatif işlevden daha sık kullanıldığı bulunmuştur ( $p < .001$ ).

Buna ek olarak Bonferroni düzeltmesi yapılarak gerçek yaşam ve sosyal medya olayları arasındaki farklılıkların test edildiği ikili karşılaştırmalar sosyal medya olaylarının sosyal, üretici, yansıtıcı ve ruminatif işlevlerinin gerçek yaşam olaylarının işlevlerinden anlamlı düzeyde daha düşük algılandığını göstermiştir ( $p < .01$ ). Bulgular Şekil 1'de sunulmuştur.

**Şekil 1.** Sosyal medya ve gerçek yaşam olayları için puanlanan algılanan işlev ortalamaları



**Not:** Hata çubukları ortalamaların standart hatalarını göstermektedir.

## Sonuç

Bu araştırmanın temel amacı otobiyografik belleğe kaydedilen sosyal medya olaylarının fenomenolojik özellikler (duygusal değerlik, duygusal yoğunluk, önem, kimlik ve yaşam öyküsü açısından merkezilik, istemli veya istemsiz hatırlama sıklığı) ve algılanan işlevler (yansıtıcı, sosyal, üretici, ruminatif) açısından gerçek yaşam olaylarından farklılıklarının tespit edilmesi olarak belirlenmiştir.

### Sosyal Medya Olaylarının Fenomenolojik Özellikleri Gerçek Yaşam Olaylarından Daha Düşük

Çalışmada sosyal medya olaylarının gerçek yaşam olaylarına oranla daha detaylı, olumlu, yaşam hikayesi ve kimlik için daha merkezi olması beklenmiştir (*Hipotez 1*). Beklenenin aksine duygusal değerlik hariç diğer tüm fenomenolojik özellikler (duygusal şiddet, önem, kimlik ve yaşam hikâyesi için merkezilik, istemli ve istemsiz geri çağırma) sosyal medya olayları için gerçek yaşam olaylarına oranla daha düşük puanlanmıştır. Önceki çalışmaların neredeyse tamamı sosyal medyada paylaşılan olayların duygusal açıdan olumlu algılandığını göstermektedir (Barasch vd., 2018; Choi ve Toma, 2014; Wang vd., 2015). Güncel çalışmada ise duygusal değerlik düzeyi sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarında benzerlik göstermiştir. Bunun temel sebebinin önceki çalışmaların tamamında sosyal medyada gerçek yaşamda belleğe kodlanan ve sosyal medyada geri çağırılan olayların test edilmesi

olduğu düşünülmektedir. Güncel çalışmada ise sosyal medyada belleğe kaydedilen olayları (örn., beğenilen bir fotoğrafa yorum yapma, sosyal medyada birisi ile tartışma vs.) kapsamıştır.

Duygusal değerlik haricindeki diğer fenomenolojik özellikler (duygusal şiddet, önem, kimlik ve yaşam hikâyesi için merkezilik, istemli ve istemsiz geri çağırma) test edildiğinde sosyal medya olaylarının daha düşük puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bu bulgular sosyal medya olaylarının kişi için önemli olaylardan seçilerek paylaşıldığını savunan Eliseev ve Marsh'ın (2021, s. 1077) önerisi ile çelişiyor görünmektedir. Aynı zamanda Wang ve arkadaşlarının (2017) sosyal medya olaylarının gerçek yaşam olaylarından daha önemli olarak algılandığı bulgusu ile de uyuşmamaktadır. Bu bulgunun üç temel sebebi olduğu düşünülmektedir. İlk olarak güncel çalışmada geri çağırma (retrieval) yerine belleğe kodlama (encoding) sosyal medya üzerinden gerçekleşmiştir. Sanal bağlamda gerçekleşen olayları belleğe kodlamak gerçek mekan ve zamanda gerçekleşen olaylara oranla daha zor olabilmektedir (Karger ve Jones, 2006, s. 78). Buna ek olarak paylaşımlar arası oldukça hızlı geçiş yapılması sanal bağlamın değişken olmasına sebep olmaktadır (Jiang, Fung, Sims, Tsai ve Zhang, 2015). Bu sanal ve değişken bağlamdaki deneyimlerin benlik için önemli algılanmıyor olması mümkündür (Belk, 2013, s. 478). Öyle ki kişi bir olayı olumlu veya olumsuz olarak algılasa dahi hissettiği duygu gerçek yaşamdaki kadar şiddetli olmayabilir (Alea vd., 2019). Sosyal medya olaylarının fenomenolojik özelliklerinin düşük puanlanmasının ikinci sebebi gerçek ve sanal benlik arasındaki uyumsuzluk olabilir. Sanal dünyada inşa edilen benlik gerçek benlikten tamamen bağımsız olmamakla birlikte tam olarak örtüşmemektedir (Belk, 2013, s. 478). Bu durum yaşam öyküsünün gerçek ve sanal anılar için farklılaşmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple sosyal medyada deneyimlenen olaylar gerçek benlik tarafından önemli ve merkezi olarak algılanmayabilmektedir (Belk, 2013, s. 478). Son olarak gerçek yaşam olayları hem gerçek yaşamda hem sosyal medyada daha sık geri çağırılırken sosyal medya olaylarının daha az sıklıkla geri çağırılıyor olması mümkündür. Bu durum zamanla olay için hissedilen duygunun şiddetini ve önemini düşürebilmektedir (Öner ve Gülgöz, 2018).

Çalışmada sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarına oranla istemli ve istemsiz olarak daha sık hatırlanması beklenmiştir (*Hipotez 2*). Beklenenin aksine sosyal medya olaylarının istemli veya istemsiz olarak gerçek yaşam olaylarından daha seyrek geri çağırıldığı raporlanmıştır. Sosyal medya olaylarının duygusal ve

önemli algılanmaması bu olayların istemli veya istemsiz olarak geri çağırılma sıklığı ile ilişkili görünmektedir (Öner ve Gülgöz, 2016, s. 364). Önceki çalışmaların işaret ettiği gibi kişi için önemli, kimliği ve yaşam öyküsü için merkezi olaylar daha sık geri çağırılmakta (Cuc vd., 2007; Echterhoff vd., 2005; Stone ve Wang, 2019), sık geri çağırılan olaylar için hissedilen duygular görece uzun süre varlığını sürdürmektedir (Lambert vd., 2013, s. 24). Bu bulgularla tutarlı olarak güncel çalışmada da sosyal medya olayları gerçek medya olaylarına oranla istemli ve istemsiz olarak daha az sıklıkta geri çağırılmakta ayrıca daha az önemli, kimlik ve yaşam hikâyesi için daha az merkezi algılanmaktadır.

### **Sosyal Medya Olaylarının Algılanan İşlevselliği Gerçek Yaşam Olaylarından Daha Düşük**

Sosyal medya ve gerçek olaylar için algılanan sosyal ve yansıtıcı işlevin, üretici ve ruminatif işlevlerden daha yüksek olacağı (*Hipotez 3*) ve iki olay türünün algılanan işlevler açısından benzerlik göstermesi beklenmiştir (*Hipotez 4*). Beklendiği gibi sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının dört işlevinin karşılaştırıldığı analiz sonuçları sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarının algılanan işlevlerinin benzer bir örüntüye sahip olduğunu göstermiştir. Her iki olay türünde de en sık kullanılan iki işlev yansıtma ve sosyal işlevlerdir. Bu iki işlevi üretici ve ruminatif işlevler takip etmiştir. Harris ve arkadaşlarının (2014) ve Özbek ve arkadaşlarının (2018) gerçek yaşam olaylarının algılanan işlevleri ile ilgili bulgularına benzer şekilde yansıtıcı ve sosyal işlev gerçek dünya olaylarında üretici ve ruminatif işlevlerden daha sık kullanılmıştır. Sosyal medya olaylarında da çok benzer bir örüntü görülmüş, yansıtıcı ve sosyal işlevler diğer iki işlevden daha sık kullanılmıştır. Sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarına ilişkin algılanan işlevler karşılaştırıldığında ise sosyal medya olayları işlev türü fark etmeksizin gerçek yaşam olaylarına oranla daha düşük algılanmıştır. Bulgular önceki çalışmalar ile tutarlı görünmektedir (Harris vd., 2014; Özbek, Bohn ve Berntsen, 2018). Öte yandan tüm işlevler için sosyal medya olayları gerçek yaşam olaylarından daha düşük puanlanmıştır.

Bulgular gerçek yaşam ve sosyal medya olaylarının her ikisinde de deneyimlenen olayların yansıtıcı işlevinin diğer işlevlerden daha sık kullanıldığını göstermiştir. Wang'ın (2020) önerdiği gibi sosyal medya olayları en sık olarak kişinin kendi benliğini tanımlaması için kullanılmıştır. Öte yandan daha önce de tanımlandığı üzere sosyal medyada oluşturulmuş olan benlik gerçek yaşam benliği ile tam olarak örtüşmemektedir (Stone ve Wang, 2019; Belk, 2013). Sosyal medyada kişi kendini yansıtmak için avatarlar kullanmaktadır. Kullanılan avatarlar ve sosyal



medya platformları arasındaki farklılıktan kaynaklı olarak oluşturulan benlik platformlar arasında dahi farklılaşmaktadır (Belk, 2013, s. 481). Öyle ki bazı durumlarda kişiler sosyal medyada sahte isimler ve profil fotoğrafları kullanmaktadır. Bu durum gerçek benlik ve sanal benlik arasında kurulan bağı zayıflatmaktadır (Hongladarom, 2011, s. 533). Kişi bu uyumsuzluk sebebiyle benliğini tanımlaması için bir olayı geri çağırması gerektiğinde sosyal medya olaylarını görece daha az sıklıkla tercih ediyor olabilir.

Yansıtıcı işlevin aksine dış dünya odaklı kendini tanımayı içeren, kayıp duygusunun deneyimlenmesi ve can sıkıntısının giderilmesi gibi amaçları içeren ruminasyon işlevi önceki çalışmalarla benzer şekilde her iki bağlamda da en az sıklıkla kullanılmıştır (Harris, 2014; Özbek vd., 2018). İki bağlam karşılaştırıldığında sosyal medya olayları için gerçek yaşam olaylarına oranla daha az sıklıkta kullanıldığı görülmüştür. Sosyal medyada oluşturulan sanal benliğin gerçek benliğe oranla daha olumlu olma eğiliminde olması (Belk, 2013, s. 487) yansıtıcı işlevin ruminasyon işlevinden daha az sıklıkta kullanılmasına sebep olabilir.

Beklendiği gibi her iki bağlamda ikinci en sık kullanılan işlevin sosyal işlev olduğu görülmüştür. Erken yetişkinlik döneminde sosyal medyada kişisel deneyimlerin paylaşılmasının temel sebebi sosyal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesidir (Stone vd., 2022; Alea vd., 2019). Yapılan paylaşımlara ek olarak diğerlerinin paylaşımlarına verilen geri bildirimler (beğeni, yorum, vb.) ilişkileri güçlendirmekte ve süreklilik sağlamaktadır (Larsen, 2008). Sosyal medyada paylaşılan deneyimlerin duygusal yakınlık ve empatiyi arttırarak sosyal bağı güçlendirdiği düşünülmektedir (Choi ve Toma, 2014; Lin vd., 2014). Bu işlev tüm bireylerde oldukça sık kullanılmasına karşın bireylerarası farklılıklar işlevin kullanım sıklığını etkilemektedir. Örneğin dışa dönük, kendini ifade etme ihtiyacı baskın ve sosyal medyayı sık kullanan bireyler sosyal işlevi diğer kişilere göre daha sık kullanmaktadır. Öte yandan sınırlı sayıda çalışma güncel çalışmanın bulguları ile uyumlu olarak sosyal işlevin sosyal medya platformlarında gerçek yaşam olaylarına oranla işlevselliğinin daha düşük olduğunu göstermektedir (Alea vd., 2019).

Üretici işlevin ilginç bir biçimde sosyal medyada gerçek yaşamdan daha az sıklıkta kullanıldığı görülmüştür. Sosyal medya gerçek yaşamın aksine deneyimlerin aynı anda çok fazla insana ulaştırılabileceği ve uzun süre muhafaza edilebileceği bir bağlam olarak görünmektedir (Mroz ve Bluck, 2019). Öyle ki kişi

öldükten sonra dahi yaşamış olduğu deneyimler sosyal medyada varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Dolayısıyla kişi gelecekte hatırlanmak istediği bir profil oluşturma şansına sahiptir (Odom, Harper, Sellen, Kirk ve Banks, 2010, s. 1831). Öte yandan sosyal medyada yaşanan ve paylaşılan deneyimlerin oldukça fazla olması (Belk, 2013, s. 477) üretici işleve sahip olan deneyimlerin geri getirilmesini güçleştiriyor olabilir. Alternatif olarak sosyal medyada deneyimlenen olayların kalıcılığına ve çok sayıda kişiye ulaşıyor olmasına karşın bu deneyimler kişi için daha az önemli, kimlik ve yaşam hikâyesi için daha az merkezi görüldüğü için bu deneyimlerin gelecek nesillere aktarılma sıklığı daha düşük olabilir.

Güncel çalışma sosyal medyanın otobiyografik bellek süreçleri üzerindeki etkisi konusunda oldukça önemli bilgiler sağlamasına karşın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak çalışma korelasyonel bir çalışma olduğu için nedensel ilişkiler sunamamaktadır. Sosyal medyada deneyimlenmiş olayların fenomenolojik ve işlevsel açıdan daha düşük puanlanmasının sebebi sosyal medyada bağlamından mı yoksa hatırlanan olayların türünden mi kaynaklandığı net değildir. Gerçek yaşam olayları kişi için daha önemli olaylardan seçilmişken sosyal medya olayları daha az önemli olaylar arasından seçilmiş olabilir. Bu olası karıştırıcı etkiyi kontrol edebilmek için gelecekte deneysel bir çalışmada katılımcılara ipucu kelimeler veya olası konular sunularak bunlarla ilgili, sosyal medya ve gerçek yaşam olaylarını anlatmaları ve puanlamaları istenebilir. İkincil olarak güncel çalışmada katılımcılardan gerçek yaşam ve sosyal medyadan yalnızca birer olay anlatmaları istenmiştir. Bu durum olası yanlılıkları ortaya çıkarabilir. Gelecek çalışmalarda katılımcılardan her bir bağlamdan birden fazla olay anlatmaları istenebilir. Ayrıca özel olarak olumlu ve olumsuz olayları anlatmaları istenerek olumlu ve olumsuz olaylar için sosyal medya ve gerçek yaşam olayları arasındaki olası farklılıklar tespit edilebilir.

Sonuç olarak bu çalışmada sosyal medyanın otobiyografik belleğin fenomenolojik özellikleri ve algılanan işlevleri üzerindeki etkileri test edilmiştir. Genç yetişkinlerden sosyal medya ve gerçek yaşamda deneyimledikleri birer olayı raporlamaları, ardından hatırladıkları olayların fenomenolojik özelliklerini ve işlevlerini puanlamaları istenmiştir. Sonuçlara göre sosyal medya ve gerçek yaşam olayları duygusal değerlik açısından farklılaşmamıştır. Buna karşın sosyal medya olayları için hissedilen duyguların şiddeti gerçek yaşam olaylarından daha düşük, daha az önemli, kimlik ve yaşam hikâyesi için daha az merkezi olarak algılanmıştır. Buna ek olarak bu olayların istemli ve istemsiz olarak gerçek yaşam olaylarından

daha az sıklıkla geri çağrıldığı raporlanmıştır. Son olarak anlatılan olayların algılanan işlevleri değerlendirildiğinde katılımcıların sosyal medya olaylarını gerçek yaşam olaylarından daha az işlevsel olarak algıladıkları görülmüştür. Bulgular sosyal medyanın yaygın kullanımına karşın, otobiyografik belleğin bu yeni bağlamdan görece olumsuz biçimde etkilendiğini göstermektedir. Bu etkinin azaltılmaması durumunda uzun süreçte benlik algısının ve sosyal ilişkilerin ve nihai olarak psikolojik sağlığın zarar göreceği düşünülmektedir.

### **Kaynakça**

- Alea, N. ve Bluck, S. (2007). I'll keep you in mind: The intimacy function of autobiographical memory. *Applied Cognitive Psychology*, 21(8), 1091-1111. <https://doi.org/10.1002/acp.1316>
- Alea, N., Bluck, S., Mroz, E. L. ve Edwards, Z. (2019). The Social Function of Autobiographical Stories in the Personal and Virtual World: An Initial Investigation. *Topics in Cognitive Science*, 11(4), 794-810. <https://doi.org/10.1111/tops.12370>
- Baker, J. R. ve Moore, S. M. (2011). Creation and validation of the personal blogging style scale. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 379-385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0130>
- Barasch, A., Zauberaman, G. ve Diehl, K. (2018). How the intention to share can undermine enjoyment: Photo-taking goals and evaluation of experiences. *Journal of Consumer Research*, 44(6), 1220-1237. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucx112>
- Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World: Table 1. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Bluck, S. (2010). Autobiographical memory: Exploring its functions in everyday life. *Memory*, 11(January 2013), 37-41. <https://doi.org/10.1080/09658210244000306>
- Bluck, S. ve Alea, N. (2008). Remembering being me: The self-continuity function of autobiographical memory in younger and older adults. *İçinde Self-continuity: Individual and collective perspectives* (ss. 55-70). Psychology Press.

- Bluck, S. ve Alea, N. (2002). Exploring the functions of autobiographical memory: Why do I remember the autumn? İçinde J. D. Webster & B. K. Haight (Ed.), *Critical advances in reminiscence work: From theory to application* (ss. 61-75). Springer Publishing Company.
- Choi, M. ve Toma, C. L. (2014). Social sharing through interpersonal media: Patterns and effects on emotional well-being. *Computers in Human Behavior*, 36, 530-541. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.026>
- Cuc, A., Koppel, J. ve Hirst, W. (2007). Silence Is not golden: A case for socially shared retrieval-induced forgetting. *Psychological Science*, 18(8), 727-733. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01967.x>
- Echterhoff, G., Higgins, E. T. ve Groll, S. (2005). Audience-tuning effects on memory: The role of shared reality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(3), 257-276. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.89.3.257>
- Eliseev, E. D. ve Marsh, E. J. (2021). Externalizing autobiographical memories in the digital age. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(12), 1072-1081. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.08.005>
- Gençöz, T. (2000). Pozitif ve negatif duygu ölçeği geçerlilik ve güvenirlik çalışması-annotated.pdf. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(46), 19-26.
- Gibbons, J. A., Dunlap, S., Friedmann, E., Dayton, C. ve Rocha, G. (2022). The fading affect bias is disrupted by false memories in two diary studies of social media events. *Applied Cognitive Psychology*, 36(2), 346-362. <https://doi.org/10.1002/acp.3922>
- Gibbons, J. A., Horowitz, K. A. ve Dunlap, S. M. (2017). The fading affect bias shows positive outcomes at the general but not the individual level of analysis in the context of social media. *Consciousness and Cognition*, 53, 47-60. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2017.05.009>
- Harris, C. B., Rasmussen, A. S. ve Berntsen, D. (2014). The functions of autobiographical memory: An integrative approach. *Memory*, 22(5), 559-581. <https://doi.org/10.1080/09658211.2013.806555>
- Hongladarom, S. (2011). Personal identity and the self in the online and offline world. *Minds and Machines*, 21(4), 533-548. <https://doi.org/10.1007/s11023-011-9255-x>

- Jiang, D., Fung, H. H., Sims, T., Tsai, J. L. ve Zhang, F. (2015). Emotion limited time perspective increases the value of calm limited time perspective increases the value of calm. *Emotion*. <https://doi.org/10.1037/emo0000094>
- Karger, D. R. ve Jones, W. (2006). Data Unification in Personal Information Management. *Communications Of The ACM*, 49(1).
- Lambert, N. M., Gwinn, A. M., Baumeister, R. F., Strachman, A., Washburn, I. J., Gable, S. L. ve Fincham, F. D. (2013). A boost of positive affect: The perks of sharing positive experiences. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 24-43. <https://doi.org/10.1177/0265407512449400>
- Lin, H., Tov, W. ve Qiu, L. (2014). Emotional disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 41, 342-350. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.045>
- Mang, L., Ridout, N. ve Dritschel, B. (2018). The influence of mood and attitudes towards eating on cognitive and autobiographical memory flexibility in female university students. *Psychiatry Research*, 269, 444-449. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.08.055>
- Mroz, E. L. ve Bluck, S. (2019). In memory: Predicting preferences for memorializing lost loved ones. *Death Studies*, 43(3), 154-163. <https://doi.org/10.1080/07481187.2018.1440033>
- Odom, W., Harper, R., Sellen, A., Kirk, D. ve Banks, R. (2010). Passing on & putting to rest: Understanding bereavement in the context of interactive technologies. *Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems- CHI '10*, 1831. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753601>
- Öner, S. ve Gülgöz, S. (2018). Autobiographical remembering regulates emotions: A functional perspective. *Memory*, 26(1), 15-28. <https://doi.org/10.1080/09658211.2017.1316510>
- Öner, S. ve Gülgöz, S. (2016). Latent constructs model explaining the attachment-linked variation in autobiographical remembering. *Memory*, 24(3), 364-382. <https://doi.org/10.1080/09658211.2015.1009469>

- Özbek, M., Bohn, A. ve Berntsen, D. (2018). Why do I think and talk about it? Perceived functions and phenomenology of episodic counterfactual thinking compared with remembering and future thinking. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, <https://doi.org/10.1177/1747021817738731>
- Pillemer, D. B. (1989). Remembering personal circumstances: A functional analysis. İçinde *Affect and Accuracy in Recall* (ss. 236-264). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511664069.013>
- Roberts, J. E., Kyung, Y., Koscinski, B., Rosenfeld, E. ve Lee, H.-J. (2021). Response styles to sad mood and self-esteem as predictors of autobiographical memory: Distinctions between memory specificity and detail. *Personality and Individual Differences*, 169, 110142. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110142>
- Stone, C. B. ve Wang, Q. (2022). Why do people share memories online? An examination of the motives and characteristics of social media users. *Memory*.
- Stone, C. B. ve Wang, Q. (2019). From Conversations to Digital Communication: The Mnemonic Consequences of Consuming and Producing Information via Social Media. *Topics in Cognitive Science*, 11(4), 774-793. <https://doi.org/10.1111/tops.12369>
- Sütterlin, S., Paap, M. C. S., Babic, S., Kübler, A. ve Vögele, C. (2012). Rumination and age: Some things get better. *Journal of Aging Research*, 2012, 1-10. <https://doi.org/10.1155/2012/267327>
- Wang, Q. (2020). *Creation of the Purposes of Online Memory Sharing Scale Memory in the Digital Age View project Culture and Human Development View project*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/jh5sx>
- Wang, Q. (2013). Gender and emotion in everyday event memory. *Memory*, June, 37-41.
- Wang, Q., Blenis, C., Ng, M. ve Gonzalez, P. (2015). *Going public: The impact of social media on autobiographical memory*. 2.
- Wang, Q., Lee, D. ve Hou, Y. (2017). Externalising the autobiographical self: Sharing personal memories online facilitated memory retention. *Memory*, 25(6), 772-776. <https://doi.org/10.1080/09658211.2016.1221115>

Watson, D., Clark, L. A. ve Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>

Wolf, T. ve Demiray, B. (2019). The mood-enhancement function of autobiographical memories: Comparisons with other functions in terms of emotional valence. *Consciousness and Cognition*, 70, 88-100. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2019.03.002>

Zimmerman, J. ve Brown-Schmidt, S. (2020). #foodie: Implications of interacting with social media for memory. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00216-7>

### Summary

Social media use has increased tremendously in recent years (Pew Research Center, 2018). Devices such as smartphones, tablets, and computers are more accessible than in the past has ensured that the time spent on social media platforms has increased considerably. This rapid increase in the use of social media brought new stimuli into daily life. To communicate, people have started to use pictures, videos, and status updates in a virtual location, instead of face-to-face communication in a real location. This new lifestyle has not only changed social relationships; it also influenced how people remember their personal experiences. Events experienced on social media are retrieved in real life or vice versa. For example, a nice comment from a friend for a shared picture on social media could be remembered as a positive memory in real life. Similarly, a nice day spent with a friend in real life could be shared on social media. Given that, autobiographical memory, which includes personal experiences with semantic and episodic details is likely to be influenced by this new context (Belk, 2013; Wang, 2020).

Events experienced and/or shared in social media could differ from real-life events in terms of phenomenology. Past research has shown that events shared on social media tend to be more positive than nonshared events (Barasch et al., 2018; Choi & Toma, 2014; Wang et al., 2015). Further, the positive feelings for those events persist for a long time (Lambert et al., 2013; Wang et al., 2015). One of the reasons for these differences between social media and real-life events could be the tendency of sharing personally meaningful events on social media (Eliseev & Marsh, 2021). Given that these events are rehearsed relatively more often than other events (Cuc et al., 2007; Echterhoff et al., 2005; Stone and Wang, 2019). However, to the best of our knowledge, a limited number of studies have tested the differences in the phenomenology of social media and real-life events.

Social media is also suggested to influence the functions of autobiographical memories. According to Wang (2020), the primary purpose of sharing events on social media is to introduce the self to others. Although, sometimes, the purpose is to decrease the negative affect. Other researchers claim that the main function of social media events must be building and maintaining social relationships because social media provides an extraordinary opportunity to communicate with hundreds of people at any time that a person desires (Eliseev & Marsh, 2021). Although, there is little knowledge about the frequency of the use of these functions on social media.

The main purpose of this study was to determine the possible differences between the phenomenological characteristics and perceived functions of social media and real-life events. Four specific hypotheses were tested in line with the main purpose.

H1. Social media events will be more detailed, positive, emotionally arousing, and central to life stories and identity than real-life events.

H2. Social media events will be remembered more often voluntarily and involuntarily than real-life events.

H3. For both event types, perceived social (i.e., establishing and maintaining social relationships) and reflective function (i.e., defining oneself), will be higher than generative (i.e., feeling satisfaction and inheritance) and ruminative (i.e., experiencing sadness and loss) functions.

H4. Social media and real-life events will be similar in terms of perceived functions.

To test the hypotheses 258 undergraduate students participated in the study. Eight participants who did not answer the majority of the questions were excluded from the analyses. Therefore, the final analyses included 250 participants (75 males,  $M_{Age} = 21.75$ ,  $SD = 3.42$ ). After signing the consent form and filling out the demographic questionnaire, participants were asked to write down two events they experienced in real life and on social media. Afterward, they rated the phenomenological characteristics (i.e., emotional valence, emotional arousal, importance, voluntary and involuntary recall, identity, and centrality to life story) and perceived functions (i.e., reflective, social, productive, and ruminative) of those events. Lastly, participants filled out the Positive and Negative Affect Scale (PANAS). The study was approved by the ethical board of Tekirdağ Namık Kemal University.

To test the differences between the phenomenological characteristics of social media and real-life events, a series of dependent samples t-tests was conducted. Results showed that all phenomenological characteristics of social media events, except emotional valence, were given lower ratings than real-life events. The emotions for the social media events were rated less intense than the real-life events. In addition, social media events were rated as less important than real-life events and less central to a person's identity and life story. Finally, the participants reported that social media events are recalled less frequently, voluntarily, and involuntarily, compared to real-life events. Surprisingly, emotional valence ratings did not differ between social media and real-life events.

To test the effect of social media on perceived functions, a 2 (Event type: social media, real-life)  $\times$  4 (Perceived Function: social, generative, reflective, and ruminative) repeated measures ANOVA was conducted. The results showed that regardless of the type of function, events experienced in social media were perceived as less functional than real-life events. Further, there was a main effect of the function type. As hypothesized for both event types, the most frequently used functions were reflective and social functions which were followed by generative and ruminative functions.

Although the current study provides critical information about the effect of social media on autobiographical memory processes, it is not without limitations. Since the study is correlational, it is not clear whether social media caused the lower phenomenological and functional ratings or there are other confounding variables. Experimental studies may be designed in the future to make a causal inference.

In conclusion, the findings show that, despite the widespread use of social media, autobiographical memory is negatively affected by this new context. If this effect is not reduced, self-perception and social relations and ultimately psychological health will be negatively influenced.



**Ek 1.** Gerçek Yaşam ve Sosyal Medya Olayları için Fenomenolojik Özellikleri Soru Formu Maddeleri

1. Bu anıyı hatırladığımda hissettiğim duygular. ( -3 = *son derece olumsuz*, 0 = *nötr*, +3 *son derece olumlu*)
2. Bu anıyı hatırladığımda yoğun duygular hissediyorum (1 = *hiç*, 7 = *son derece yoğun*)
3. Bu anı hayatımda önemli bir yere sahiptir (1 = *hiç*, 7 = *son derece önemli*)
4. Gerçekleştiği zamandan bu yana, istemli olarak (kendi isteğimle) zihnimde bu olaya geri dönerek onun hakkında düşündüm ya da konuştum. (1 = *hiç*, 7 = *çok sık*)
5. Bu olay, siz onu hatırlamaya çalışmadığınız halde, aniden ve istemsizce zihninizde belirdi mi? (1 = *hiç*, 7 = *çok sık*)
6. Bu olay ne kadar süre önce gerçekleşti? (Lütfen açıklayınız, örn. gün, hafta, ay, ya da yıl).
7. Bu anının kimliğimin bir parçası haline geldiğini hissediyorum. (1 = *hiç katılmıyorum*, 5 = *tamamen katılıyorum*).
8. Bu anının hayatımın merkezi bir parçası haline geldiğini hissediyorum (1 = *hiç katılmıyorum*, 5 = *tamamen katılıyorum*).

## Ek 2. Gerçek Yaşam ve Sosyal Medya Olayları için Algılanan Bellek İşlevleri Soru Formu Maddeleri

- 1 Çünkü beni yeni arkadaşlara ve tanıdıklara yakınlaştırıyor (*sosyal*)
- 2 Çünkü bana kişisel bir tamamlanma ve bütünlük hissi veriyor (*üretkenlik*)
- 3 Başka bir insanın hayatıyla ilgili daha çok şey öğrenmeyi umduğumda (*sosyal*)
- 4 Daha kolay iletişim kurabilmek için (*sosyal*)
- 5 Kendimi daha iyi anlamaya çalışmak için (*yansıtıcı*)
- 6 Çünkü bu anıyı hatırlamak şu anda kim olduğumu tanımlamama yardımcı oluyor (*yansıtıcı*)
- 7 Aynı hataları gelecekte yinelemekten kaçınmak için (*yansıtıcı*)
- 8 Çünkü bana kendi faniliğimle ilgili düşüncelerle başa çıkabilmekte yardımcı oluyor (*üretkenlik*)
- 9 Kuşaklar arasında köprü kurabilmenin bir yolu olarak (*üretkenlik*)
- 10 Daha iyi bir zihinsel uyarının yokluğundan ötürü (*ruminatif*)
- 11 Aile tarihiyle ilgili bir miras bırakmak amacıyla (*üretkenlik*)
- 12 Çünkü bana kendi ölümüne hazırlanmamda yardımcı oluyor (*üretkenlik*)
- 13 Bu anıyı arkadaşlarımla paylaşarak, arkadaşlığımı sürdürmek istediğimde (*sosyal*)
- 14 Geçmişe oranla nasıl değiştim, anlamak istediğimde (*yansıtıcı*)
- 15 Geçmişte yakın olduğum ama artık hayatımın bir parçası olmayan kişileri hatırlamak için (*ruminatif*)
- 16 Herhangi bir şey yapmış olmak için (*ruminatif*)
- 17 Bu anıyı düşünmenin geleceğimi yönlendireceğine inandığımda (*yansıtıcı*)
- 18 Acı veren anıları canlı tutmak için (*ruminatif*)
- 19 Güçlü yönlerimin güncel bir problemi çözmekte bana nasıl yardımcı olabileceğini görmek için (*yansıtıcı*)
- 20 İnançlarım bu zamana dek değişti mi, değişmedi mi, bu konuda endişeli olduğumda (*yansıtıcı*)
- 21 Çünkü hatırladıktan sonra ölümden daha az korktuğumu hissediyorum (*üretkenlik*)
- 22 Daha genç insanlara kültürel değerlerle ilgili bir şeyler öğretmek amacıyla (*üretkenlik*)
- 23 Daha genç aile üyelerine, ben gençken hayat nasıldı, öğretmek için (*üretkenlik*)
- 24 Yaşamsal bir tercih yapmam gerektiğinde ve hangi yolu seçeceğime emin olmadığımda (*yansıtıcı*)
- 25 Birine kendi geçmiş deneyimimi anlatarak yardımcı olmak istediğimde (*sosyal*)
- 26 Acı anıları alevlendirmek için (*ruminatif*)
- 27 Vefat etmiş sevdiğim bir kişinin anısını canlı tutmak için (*ruminatif*)
- 27 İnsanların konuşmasını sağlayan sosyal bir etken olarak (*sosyal*)
- 29 Benzer geçmiş deneyimleri anlatarak birinin daha iyi hissetmesini sağlamak istediğimde (*sosyal*)
- 30 Can sıkıntısını azaltmak için (*ruminatif*)
- 31 Eski üzüntülerin anılarını zihnimde taze tutmak için (*ruminatif*)